

Kann man mit 140 Zeichen lernen? – Twitter und Microblogging im Unternehmenseinsatz

Joachim Niemeier und Martina Göhring

Statement zur Pressekonferenz zur Eröffnung der LEARNTEC 2010 am 02. Februar 2010

Kann man mit Twitter lernen? Bei dieser Frage gehen auch die Meinungen von Fachleuten auseinander. Dem MMB-Trendmonitor I/2009 zufolge hat Twitter das geringste Nutzungspotential unter den neuen Lerntechnologien. Ganz anders sieht es bei den „Top 100 Tools for Learning 2009“ von Jane Hart aus. Dort belegt Twitter den Platz 1. Beide Untersuchungen basieren auf den Einschätzungen von E-Learning-Experten.

Twitter hatte im letzten Jahr Zuwachsraten, die je nach Messung zwischen 1.000 und 3.000 Prozent betragen. Mitte 2009 wies die Nielsen Nutzerstatistik in Deutschland für Twitter.com 1,8 Millionen Nettonutzer (Unique Audience) aus. Aber wie kann man Twitter zum Lernen einsetzen? Und für wen eignet sich Twitter? Zunächst einmal findet man in Twitter (fast) jedes Thema abgedeckt. Eine Vielzahl an Angeboten ermöglicht beispielsweise das Lernen von Sprachen über unterhaltsame Aufgaben, Quizze, Wortspiele, Erklärungen und Fakte für Anfänger und Fortgeschrittene. In Twitter werden eigenständige Seminare veranstaltet und es werden damit Fachveranstaltungen/Konferenzen dokumentiert. Dabei werden die Inhalte häufig allerdings nur in ein neues Medienformat gegossen.

Der Erfolg von Twitter als professionelles Lehr-/Lernwerkzeug entscheidet sich an einer anderen Stelle. Twitter ist ein kommunikatives Werkzeug, das häufig auch im Verbund mit anderen Werkzeugen genutzt wird. Und Twitter ist ein Organisationshilfsmittel, das insbesondere Kollaboration ermöglicht. Im Hochschulbereich etwa nutzen zwischenzeitlich viele Twitter zur schnellen Information und Öffentlichkeitsarbeit. Noch häufiger sind Twitter-Accounts, die (experimentell) in der Lehre für die Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen sowie als Feedbackkanal eingesetzt werden.

In Unternehmen lernen Mitarbeiter im Arbeitsalltag vor allem durch den Austausch von Wissen untereinander, durch Kommunikation unter Experten über eine Problemlösung und durch die richtigen Fragen an Experten oder auch Kunden. Twitter unterstützt diese typischen Lernprozesse:

Einsatzszenario 1: In Twitter kann man „laut nachdenken“, seine Ansichten und Gedanken veröffentlichen, sich Inspirationen holen und Hintergrundinformationen bekommen. Mit Twitter kann man Nachrichten an Menschen verschicken, die man kennt und Neuigkeiten austauschen. Mit Tweets können über Links schnell und zeitnah Hinweise auf interessante Inhalte weitergegeben werden. In Unternehmen geht es darum, Fach- und Faktenwissen zeitnah miteinander auszutauschen und unter den Mitarbeitern zu verbreiten.

Einsatzszenario 2: In Twitter lassen sich öffentliche Diskussionen, Trendthemen verfolgen und man mitzudiskutieren. Damit bietet Twitter ein Netzwerk für Recherche und Suche nach fachlichen Beiträgen oder Fachexperten zu wichtigen Themen des Unternehmens. Um Probleme zu lösen, geht es oft darum, Inhalte zu recherchieren und schnell zu finden oder Experten zu Rate zu ziehen.

Einsatzszenario 3: In Lernprozessen gehören Fragen und Feedback zu den wichtigsten Instrumenten des Dialogs und sind zentral für das Verstehen der Lerninhalte und damit für den Lerntransfer in die Praxis. Via Twitter kann man Experten, Unternehmen direkt Fragen stellen und Stellungnahmen in Echtzeit einholen.

Und was ist der Unterschied zwischen Twitter und Microblogging? Wie bei vielen Web 2.0-Werkzeugen war es auch bei Twitter nur eine Frage der Zeit, bis jemand wissen wollte: „Was kann man damit in einem Unternehmen anfangen?“ und die Suche nach Lösungen für das Microblogging, die hinter dem Firewall eines Unternehmens nutzbar sind, begann. Inzwischen gibt es eine Vielzahl von Microblogging Anwendungen für das Intranet hinter dem Firewall. Sie unterscheiden sich prinzipiell von Twitter darin, dass sie an spezifische Bedürfnisse der Nutzer in Unternehmen angepasst sind. Sucht man nach überzeugenden Argumenten für die Nutzung eines Microblogging-Dienstes im geschäftlichen Umfeld, so geht es um vier zentrale Argumente:

- Dokumentation: Einmal geht es darum, den Mitarbeitern ein einfaches Werkzeug zur Verfügung zu stellen, mit dem sie ohne große Barriere und ad-hoc kommunizieren können. Diskussionen und Entscheidungen werden in einer einfach zugänglichen Form, vergleichbar mit E-Mails, und in eigenen Worten in Form von Mikroinformationen, das sind üblicherweise nur 5 bis 10 Zeilen Text, initial dokumentiert.
- Findbarkeit: Rückkopplungen, Kommentare werden im jeweiligen Kontext zu den Mikroinformationen gespeichert und gehen nicht in der Masse an E-Mails verloren. Durch zusätzliche Verschlagwortung sind sie jederzeit strukturiert wieder findbar.
- Expertise: Über die Inhalte im Mikroblog lassen sich die richtigen Partner, Experten für eine effektive Zusammenarbeit identifizieren und mit diesen einen kontinuierlichen Informationsfluss sicherstellen.
- Unternehmensgedächtnis: Aus den Aufzeichnungen von Kurznachrichten entsteht eine kontinuierliche, zentral verfügbare Dokumentation von kompletten Verläufen von Projekten, Ereignissen, Entscheidungsprozessen, Ideenfindung, Problemlösungen. Es entsteht quasi nebenbei und ohne Mehraufwand eine Wissensbasis im Unternehmen, die eine Art "Unternehmensgedächtnis" darstellt.